

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, klinik perawatan kecantikan dan estetika dewasa ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat bagi kaum wanita khususnya, terbukti dengan semakin banyaknya klinik kecantikan dan estetika yang merambah di kecamatan Juwana kabupaten Pati. Hal ini menjadikan konsumen harus lebih selektif dalam memilih klinik kecantikan dan perawatan estetika sehingga tidak perlu membuang biaya dan waktu yang banyak. Klinik kecantikan dan perawatan estetika ini termasuk dalam usaha jasa dengan tujuan memuaskan pelanggan atau konsumen. Menurut Schanaar dalam Tjiptono (2012), pada dasarnya tujuan dari suatu usaha bisnis adalah menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta akan membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dengan munculnya klinik dan Perawatan Kecantikan estetika ini di kecamatan Juwana, Kab. Pati ini, menyebabkan persaingan antara klinik kecantikan yang lainnya semakin ketat sehingga mendorong setiap klinik kecantikan dan perawatan tubuh untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya, meningkatkan kepuasan pelanggan serta nilai pelanggan.

Keputusan memilih klinik kecantikan hanya berdasarkan informasi iklan atau tren merupakan suatu tindakan yang tidak objektif. Ada beberapa hal yang harus dipastikan terlebih dahulu dari klinik kecantikan yang akan dikunjungi. Mulai dari dokter, produk kecantikan, profil klinik kecantikan, dan kondisi klinik tersebut, tujuannya agar konsumen terhindar dari efek samping yang merugikan.

Kecantikan merupakan modal dasar bagi wanita modern yang saat ini untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam sosialis. Banyak cara yang dapat dilakukan wanita dalam upayanya untuk mencapai kecantikan dan merawat tubuhnya yang diidamkan. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini berlaku juga dalam pemilihan kosmetik bagi wanita yang selalu ingin menghias atau mempercantik diri dll. Klinik kecantikan dan perawatan estetika adalah sebuah tempat yang menyediakan jasa pelayanan untuk perawatan wajah dan kulit yang dibutuhkan konsumen. Konsumen dituntut untuk memilih klinik yang mempunyai kualitas bagus dan pelayanan yang terbaik. Agar waktu dan uang yang dimiliki konsumen tidak terbuang dengan sia-sia agar konsumen juga merasa puas dan senang bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan sehingga konsumen akan terus menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan.

Perusahaan di bidang kecantikan dan perawatan estetika ini tentunya tidak lepas dari adanya faktor Kualitas Layanan, untuk memberikan kepuasan pelanggan serta konsumen dapat menilai atau yang disebut *Costumer Value* (Nilai Pelanggan), untuk itu perusahaan harus senantiasa memperhatikan ketiga faktor

tersebut tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakan akan terus kembali menggunakan atau jasa yang ditawarkan, yang telah dinamakan loyalitas pelanggan.

Kualitas Layanan dalam menggunakan jasa atau pelayanan, apabila konsumen merasa puas bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan maka akan ia akan merasa puas, percaya mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal, serta konsumen yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap jasa perusahaan maka akan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang, serta cenderung akan mempersering penggunaan jasa tersebut.

Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayannanya. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen dan meningkatkan nilai pelanggan pada konsumen itu sendiri, karena pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberi suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa klinik perawatan dan kecantikan estetika ini.

Klinik perawatan Ew Derma Juwana merupakan sebuah klinik perawatan kecantikan dan estetika, yang telah ditangani oleh dokter spesialis estetika bergerak di bidang jasa dengan melayani konsumen dengan perawatan tubuh. Permasalahan yang ditemukan ketika survei di klinik tersebut yang ditemukan

yaitu mengenai konsumen/pelanggan mengenai pengunjungan pelanggan yang datang tiap bulan semakin menurun dari bulan hingga tahun, demikian pula konsumen belum kenal dengan klinik tersebut sehingga klinik tersebut berlomba dengan menangkap kosumen agar konsumen dapat tertarik untuk perawatan di klinik tersebut berlomba lomba menarik konsumen dengan memberikan informasi dengan promosi sehingga agar konsumen mengenalnya. (Hadi,2003). Disisi lain, banyak pakar berpandangan bahwa kinerja perusahaan ditentukan oleh tingkat loyalitas pelanggan dimana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh (*driven*) kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat ditarik proposisi yaitu , rendahnya kinerja perusahaan dapat dijadikan indikasi loyalitas yang rendah.

Kualitas layanan biasanya di tuangkan secara tertulis dalam bentuk “manual” yang sewaktu –waktu dimutahirkan agar sesuai dengan situasi yang paling baru. Disini terjadi kesenjangan antara teori buku dengan kenyataan di perusahaan. Schnaar dalam Tjiptono (2012) pada dasarnya tujuan dari suatu usaha bisnis adalah menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat di antaranya, hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya Loyalitas Pelanggan serta akan membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Kotler dan Keller (2009:14) menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan bahwa nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas pelayanan, harga dari suatu penawaran produk.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini konsisten dengan hasil tinjauan penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, pelanggan yang loyal memiliki prasangka spesifik mengenai apa yang akan dibeli dan dari siapa. artinya loyalitas lebih mengacu kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan melakukan penelitian secara rutin terhadap jasa yang ditawarkan maka penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryeni (2017) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Menurut Dulkatif (2016), menyatakan bahwa kepuasan adalah salah satu di antara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas. Apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan /loyalitas konsumen. Selain itu adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan haryeni (2017) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. menurut Smith & Colgate (2007) bahwa nilai pelanggan (*Costumer Value*) adalah apa yang pelanggan dapatkan (Manfaat Kualitas, Utilitas) dari pembelian dan penggunaan produk versus apa yang mereka bayar (Harga, Biaya, Pengorbanan), hasil dari sikap atau ikatan emosional dengan produk. Hasil ini konsisten dengan penelitian Suharto (2014) yang menemukan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kesenjangan yang terjadi di Klinik Perawatan saat ini, karyawan dituntut dapat menciptakan strategi pemasaran yang baru agar dapat mencapai tujuan

perusahaan. Dengan kata lain, agar konsumen memiliki kemauan untuk kembali melakukan perawatan tubuh di klinik Ew Derma. Kembalinya konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan, sangat ditentukan oleh kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Uraian latar belakang diatas yang melatar belakangi dengan mengambil judul **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Empiris di Klinik Perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana)**

1.2. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini perlu adanya batasan masalah, tujuannya adalah untuk membatasi penulis agar tidak membahas terlalu luas dan keluar dari tema yang sudah ditetapkan. Adapun ruang lingkup yang penulis tetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Obyek penelitian ini dilakukan di Klinik Perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana.
- 1.2.2 Dalam penelitian ini akan dibahas seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Klinik Perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.
- 1.2.3 Responden pada penelitian ini adalah pelanggan, Klinik Perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.
- 1.2.4 Pengambilan responden menggunakan metode *Accidental Sampling*.

1.3. Perumusan Masalah

Permasalahan penting yang berkaitan dengan Kualitas Layanan yang diperhatikan di klinik perawatan Ew Derma ini, pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mempengaruhi kepada konsumen sehingga konsumen menilai baik tidaknya tergantung kepada pelayanan yang di berikannya, sehingga harapannya akan mendapatkan loyalitas yang tinggi dari para konsumen antara lain dengan memberikan layanan yang terbaik dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, di dukung dengan sumber daya yang trampil, ramah dan tamah senang melayani serta memiliki teknologi informasi yang canggih dan unggul terus menerus abdet berita berita yang terbaru. Dari beberapa keterangan diatas maka pertanyaan penelitian yang akan di angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap, Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana?
- 1.3.2 Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap, Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana?
- 1.3.3 Bagaimana pengaruh Nilai Pelanggan (X_3) terhadap, Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana?

- 1.3.4 Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), Nilai Pelanggan (X_3), terhadap, Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana?
- 1.3.5 Bagaimana menentukan variabel dominan terhadap Loyalitas Pelanggan diantara variabel Kualitas Layanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), Nilai Pelanggan (X_3) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan Juwana?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1 Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.
- 1.4.2 Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.
- 1.4.3 Menganalisis pengaruh Nilai Pelanggan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di kecamatan juwana
- 1.4.4 Menganalisis Kualitas Layanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), Nilai Pelanggan (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.

- 1.4.5 Menentukan variabel Kualitas Layanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), Nilai Pelanggan (X_3), variabel yang pengaruh Dominan terhadap Loyalitas Pelanggan, pada Klinik perawatan Ew Derma di Kecamatan Juwana.

1.5 Manfaat Penelitian

Untuk peneliti selanjutnya di dalam hasil penelitian di harapkan dapat memberikan pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

- 1.5.1 Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- 1.5.2 Bagi perusahaan Ew Derma, agar dapat meningkatkan Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan menciptakan Nilai bagi Pelanggan serta Loyalitas Pelanggan.

